

гранулированных удобрений из Тулы «Фру-фру». Сыктывкарский проект «Додо Пицца» стала одной из самых технологичных франшиз в России (сеть уже развивается в Китае и США).

На основе вышеизложенного резюмируем, что стагнации на рынке франчайзинге в обозримом будущем не предвидится, темпы поступательного роста и развития в обозначенных сегментах и на рынке в целом не будут скачкообразными. А что касается франшиз-лидеров 2017 года, то здесь будет преобладать, скорее всего, преемственность направлений предыдущего года. Неоспоримым фактом является то, что франчайзинг служит мощным драйвером развития малого и среднего бизнеса в России.

#### Литература:

1. Меркулов, А., Фокин, В., [Текст] // Франчайзинг от А до Я; Феникс - Москва, 2015. - С.49-53.
2. Панина, М. Фаза активного развития франчайзинга на российском рынке [Текст] / М. Панина. - М.: Русская Деловая Литература, 2012. – С. 111-114.
3. Панюкова, В.В. Особенности развития франчайзинга на российском рынке [Текст] / В.В. Панюкова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2012. – № 2. – С. 75-80.
4. Смирнова, Н., Парабеллум, А.: учебное пособие [Текст] // Масштабирование бизнеса. Создаем франчайзинг в розничной торговле; Питер - Москва, 2014. – С. 215-220.
5. Информационный сайт о федеральной службе по интеллектуальной собственности Роспатент - [Электронный ресурс]– Режим доступа: <http://rospatent.org>
6. Официальный сайт РБК («РосБизнесКонсалтинг») - [Электронный ресурс]–Режим доступа: [http://www.rbc.ru/ratings/own\\_business/06/03/2017/58bd26e09a7947cd79814830](http://www.rbc.ru/ratings/own_business/06/03/2017/58bd26e09a7947cd79814830)
7. Официальный сайт Российской ассоциации франчайзинга (РАФ) – [Электронный ресурс]– Режим доступа: <http://rusfranch.ru/>

## РАЗВИТИЕ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ НА МИРОВОМ И РОССИЙСКОМ РЫНКАХ

*Е.И. Дорохова, А.О. Сёмина  
г. Белгород, Россия*

Значимость розничной торговли в обслуживании населения товарами и услугами трудно переоценить. Решая вопросы удовлетворения потребностей населения, розничная торговля связывает производство с потреблением и тем самым обеспечивает равновесие между спросом и предложением, реализуя произведённую потребительскую стоимость.

При этом особую актуальность сегодня приобретают розничные торговые сети, в которых повышается рентабельность продаж за счет эффекта масштаба, логистической оптимизации и других возможностей.

Розничные торговые сети сегодня получили распространение в большинстве стран мира. При этом первые сетевые магазины в формате cash-and-carry появились в Соединенных Штатах в Америки 1912 году. Особенностью магазинов явилось минимальное количество продавцов, концентрация коммерческой деятельности и управления, принцип самообслуживания, использование передовых технологий реализации товаров что позволило снизить затраты на реализацию и получить конкурентные преимущества.

В Европе сетевая торговля получили распространение со второй половины двадцатого века. В России первые сетевые супермаркеты с участием западного капитала появились в Москве и других крупных городах в начале 90-х годов. Некоторые из этих сетей работают на рынке и сегодня, некоторые по разным причинам – от нестабильности рынка до высокого криминального уровня на тот момент - закрылись.

В последние 15-17 лет на российский рынок начали экспансию мировые розничные сети. Широкое распространение получили зарубежные сети, работающие по системе франчайзинга. В 2000-2002 гг. на российском рынке появились и глобальные лидеры: компании Metro, Auchan, IKEA[8].

За последние десять лет четко прослеживается тенденция движения от небольших, предлагающих ограниченный ассортимент товаров с большой наценкой к крупным розничным специализированным сетям, высокая рентабельность которых обеспечивается не высокой торговой наценкой, а значительными объемами оборота розничной торговли.

Оборот розничной торговли в РФ по данным Росстата за период сентябрь 2015 август 2016 превысил 28. 8 трлн. рублей (более 450 млрд.долл. США) при объеме ВВП 80.4 трлн. рублей за 2015 год. Продовольственный ритейл занимает 49% розничного рынка. В среднем, каждый россиянин тратит более 34% своих доходов на покупку продуктов питания. В этом секторе розничной торговли ведущая роль принадлежит розничным сетям. На долю сетевых супермаркетов и гипермаркетов приходится 68% всего торгового оборота. В Европе на долю розничных сетей приходится около 84% всех продаж.

Оборот розничной торговли в России снизился в первом полугодии 2016 года по данным Росстата на 5,7%. Однако, темп роста выручки крупнейших сетей остается на высоком уровне (табл.2). X5 Retail Group - за первое полугодие на 26,3%. Выручка «Ленты» в первом полугодии 2016 года выросла на 21,9%. Сеть «Дикси» также нарастила за этот период выручку на 20,2%. «Магнит» рост на 16.7%. (табл. 1).

Таблица 1

Динамика выручки крупнейших ритейлеров в России 2014-2016 ггг

№	Ритейлеры	Выручка, млрд.руб.			2015 г. к 2014 г., (%)	2016 г. к 2015 г., (%)
		2014г.,	2015г.,	2016г.,		
1	X5 Retail Group	631,9	804	1 025	127,3	127,5
2	Магнит	762,7	907	1 004	119	110,7
3	Ашан	338	402,8	425	119,2	105,5
4	Дикси Групп	227,1	272,09	311	119,9	114,3
5	Лента	194	252,5	306	130,2	121,2
6	Metro Cash&Carry	210	226,5	238,5	107,9	105,3
7	О'кей	152	160,4	172,5	105,6	107,6
8	SPAR	-	81,7	95	-	116,3
9	Globus	-	81,3	87,5	-	107,7
10	ТД Интерторг	-	71,3	80	-	112,3

Рассчитано по данным:[15]

В 10 крупнейших ритейлерах сменился лидер. Без учета магазинов формата дрoгeри «Магнит» уступил первое место X5 Retail Group. Общая выручка «Магнита» в 2016 году превысила 1 трлн руб. Но годовой прирост оборота был самым низким за последние 11 лет. Рост X5 Retail Group же оказался максимальным за всю историю компании. В итоге X5 Retail Group заработала 1,025 трлн против 1,004 трлн руб. у конкурента.

Исследование объемов реализации товаров собственных торговых марках (СТМ) следует отметить, что в настоящее время доля СТМ в обороте розничной торговли в России составляет 5%. Среднемировой показатель - 18% в Европе — 39% (рис. 1).

Подход торговых сетей к формированию ассортимента частных торговых марок в трех ценовых сегментах – экономичном, среднем и премиальном дает покупателям при переключении на них с известных брендов возможность выбора наилучшего соотношения цены и качества.

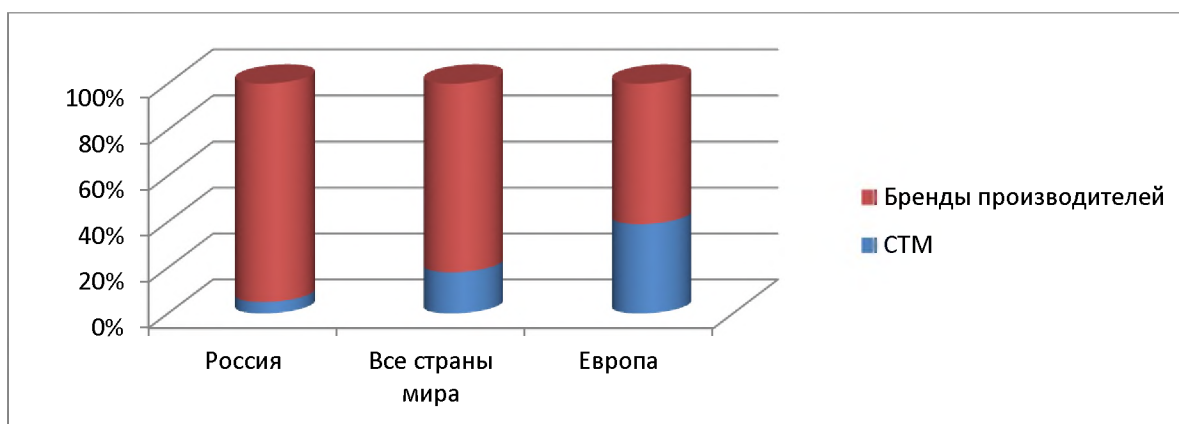


Рис. 1. Доля СТМ в обороте розничной торговли 2016 г.

Альтернативой развития сетевой розницы является электронная торговля. Объем рынка электронной коммерции в России в 2015 г. достиг \$13,9 млрд, из которых около четверти пришлось на покупки в зарубежных интернет-магазинах, преимущественно китайских.

Объем внутреннего рынка электронной коммерции (e-commerce) в России в 2015 г. достиг 650 млрд руб. или \$10,5 млрд. В рублевом выражении рынок вырос на 16% по сравнению с 2014 г., в долларовом — сократился на 28%, следует из отчета агентства EastWest Digital News. Однако, как следует из приведенного прогноза, динамика прироста объема онлайн торговли снижается, и будет существенно отставать от приведенного уровня прироста 9% в год прямой сетевой торговли.

Прогнозируется, что к 2020 году доля онлайн-торговли в России будет составлять 7%. В настоящий момент электронная торговля развита лишь в двух городах страны Москве и Санкт-Петербурге. Среди иностранных торговых сетей наиболее активно развивает интернет-магазин немецкая сеть «Metro Cash and Carry», а из российских компаний лидером является «Enter». Другие игроки онлайн-торговли являются представителями малого бизнеса, не имеющими ни системы логистики, ни надежной системы приема платежей, которые и являются тормозящими факторами для повышения степени доверия к покупкам онлайн населения России.

Таким образом, развитие международных торговых сетей началось более 100 лет назад, когда они стали превращаться из одиночных магазинов в кооперативы, а впоследствии – в крупные финансово-производственные комплексы. При этом проблемами развития международных торговых сетей на национальных рынках явились высокая степень насыщения современными форматами торговли, конкурентная борьба, законодательные барьеры, что побудило сети развиваться в других странах. В настоящее время с развитием новых форм торговли, изменением поведения потребителя, появлением новых стран, привлекательных для ритейлеров, вопросы становления и развития международных торговых сетей приобретают все большую значимость.

#### Литература:

1. Акопян А.Э., Дорохова Е.И. Инновационный потенциал и инновационная активность российских предприятий // Ямалский вестник. 2016. № 1 (6). С. 226-232.
2. Акопян А.Э., Дорохова Е.И. Методические подходы к оценке инновационного потенциала регионов РФ / Проблемы и перспективы инновационного развития агротехнологий: Материалы XX Международной научно-производственной конференции. 2016. С. 280-281.
3. Акопян А.Э., Дорохова Е.И. Эволюция моделей инновационного процесса / Научные достижения и открытия современной молодежи: сборник статей победителей международной научно-практической конференции: в 2 частях. 2017. С. 715-718.
4. Богомолов, О. Т. Глобальная экономика и жизнеустройство на пороге новой эпохи [Текст] / О. Т. Богомолов // Научное издание. – М.: Анкил, 2012. - 384 с.

5. Горячкин, Д. Торговые сети расширяют собственное производство [Текст] / Д. Горячкин // Экономика и жизнь. 2012 - № 16. – С. 22.
6. Дорохова Е.И., Капитан С.А. Инновационный потенциал: содержание категории / Проблемы и перспективы инновационного развития агротехнологий: Материалы XX Международной научно-производственной конференции. 2016. С. 308-309.
7. Дорохова Е.И., Ларионова М.В. Характеристика внешнеторгового оборота РФ за 2014 – начало 2015 года / Интеграционные модели приграничного и межрегионального сотрудничества: сборник статей. 2015. С. 165-170.
8. О компании [Электронный ресурс] / Metro cash&carry: [сайт]. – Режим доступа: <https://www.metro-cc.ru/o-kompanii>
9. Основные показатели [Электронный ресурс] / X5 Retail Group: [сайт]. – Режим доступа: <https://www.x5.ru/ru/Pages/Investors.aspx>
10. Пьянкова А.В., Дорохова Е.И. Инновационное развитие как фактор устойчивого роста экономики Германии // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. 2014. № 3. С. 94-99.
11. Розничная торговля в России 2015 [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики РФ: [сайт]. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail)
12. Финансовая отчётность [Электронный ресурс] / Магнит: [сайт]. – Режим доступа: <http://ir.magnit.com/ru/>
13. Финансовые показатели [Электронный ресурс] / Лента: [сайт]. – Режим доступа: <http://www.lentainvestor.com/ru/investors/financial-results/financial-highlights>
14. Финансовые результаты [Электронный ресурс] / Auchan: [сайт]. – Режим доступа: <https://auchan-supply.ru/for-suppliers/potential/>
15. Экспансия и развитие [Электронный ресурс] / Selgros: [сайт]. – Режим доступа: <http://www.selgros.ru/about/ekspansiya-i-razvitie/>

## АНАЛИЗ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

*Е.А. Дынников, А.Р. Сайфулин  
г. Белгород, Россия*

Развитие и модернизация российской экономики невозможна без усиления роли и активизации малого бизнеса. Именно малые предприятия, как наиболее адаптивный к изменениям внутренней и внешней среды сегмент предпринимательства, создают основу для устойчивого развития национальной экономики.

Важная роль малого бизнеса проявляется в том, что он способствует увеличению занятости для широких слоев населения, создавая дополнительные рабочие места, а так же является хорошим источником налоговых поступлений. Компании, которые можно отнести к малому бизнесу, берут на себя выполнение задач, невыполнимые для крупных организаций, более того они создают на рынке высокую конкуренцию между собой, что сказывается в пользу оздоровления экономики.

Малый бизнес в России развивается относительно низкими темпами и практически находится в стагнации. В отличие от стран Европейского Союза, где на тысячу населения приходится около тридцати малых предпринимателей, в России этот показатель в пять раз меньше и составляет всего лишь шесть малых предпринимателей на тысячу человек.

Важнейшими факторами, оказывающими непосредственное влияние на развитие малого бизнеса в России на наш взгляд, являются:

- наличие инвестиционных возможностей;
- эффективность налоговой политики страны;